



تعزیه رادیویی

❖ فاطمه جناب اصفهانی
پژوهشگر و کارشناس ارتباطات

چکیده

رسانه‌های جمعی با آگاهی از فرهنگ مردم و تبدیل محتوای آیین‌ها و مناسک فرهنگی و مذهبی از طریق رسانه‌های سنتی مانند منبر به رسانه‌های مدرن مانند رادیو و تلویزیون، می‌توانند سبب احیای سنت‌ها و مناسک فرهنگی یک ملت شوند و آن سنت‌ها و مناسک را زنده نگه دارند یا با بی‌اعتنایی و فقدان پرداخت مؤثر به برخی موضوعات، آنها را از حافظه مردم پاک کنند تا آنجا که اگر مانند هم در افسانه‌ها قابل پذیرش باشند، تعزیه یکی از هنرهای آیینی ماست که رسانه‌های جمعی به آن کم‌توجهی کرده، اینگونه فضا را برای حذف آن فراهم آورده‌اند. این اتفاق با ورود رسانه‌های جمعی برای بسیاری از شیوه‌های اطلاع‌رسانی و فرهنگی دیگر نیز افتاده است؛ همانگونه که با ورود رادیو و تلویزیون شیوه‌های نقالی خوانی، شاهنامه‌خوانی، چاووشی خوانی و... نیز کمرنگ شده یا به‌طور کلی از میان رفت. حذف این قسمت از تولیدات فرهنگی نه به دلیل از دست دادن کارکردهای خود، بلکه بیشتر به دلیل جایگزین شدن رسانه‌های مدرن از بین رفت. با توجه به اینکه مناسک و آیین‌های دینی مهم‌ترین عنصر فرهنگی‌اند که می‌توانند رفتارهای پایدار و هنجارهای مورد اعتماد در جامعه را ایجاد کنند، رادیو و تلویزیون با حذف این‌گونه مراسم نه تنها نتوانستند شیوه‌ها و محتوای کارکردی مناسبی را برای عرضه بیابند، بلکه موجب حذف تاریخی برخی قسمت‌هایی از این منابع غنی فرهنگی نیز شدند که می‌توانستند موجب پایداری رفتارها و هنجارهای اجتماعی شوند. این مناسک فرهنگی به دلیل فقدان ثبت و ضبط سنت‌ها و آیین و رسوم فرهنگی تاریخ ایران مسکوت مانده است.

ما در این مقاله با بررسی پتانسیل‌های تعزیه برای اجرا در رسانه جمعی رادیو در پی وارد کردن محتوای سنتی، فرهنگی و بومی به رسانه‌های مدرن هستیم.

دیباچه

آنچه رسانه‌های جمعی را سرطاقچه خانه مردم نشانند، پیوندی بود که این رسانه‌ها با لایه‌های فرهنگ مردم داشتند؛ پیوند با شیوه زندگی اعضای یک جامعه: چگونگی لباس پوشیدن آنها، رسم‌های ازدواج و زندگی خانوادگی، الگوهای کار و فعالیت، مراسم مذهبی و سرگرمی‌های اوقات فراغت (گیدنز، ۱۳۸۲: ۵۶)؛ پیوند با فرهنگی که در لایه‌های سابقه تاریخی مردم شکل گرفته بود و اینک با ازبین رفتن فاصله مکانی و زمانی با آنها رابطه برقرار می‌کرد. و گرنه این نامحرم گاه از خدا بی‌خبر، اذن دخول نداشت تا بیاید کنار کتاب مقدس و **دیوان حافظ** و... بنشیند و سخنوری کند؛ آنچنان که رادیو و پس از آن تلویزیون به سفر هفت سین، شب یلدا یا سفره افطار و سحر مردم وارد شدند و جایگاه و نقش مهمی نیز پیدا کردند.

«تعزیه» نیز یکی از انواع مناسک مذهبی است. به طور سنتی، مناسک مذهبی با کارکرد اصلی تعالی‌بخشی در جهان مادی کنونی شناخته می‌شوند. عمل عبادی ما را از دنیای معمولی فناناپذیر و محدود به درون فضای ویژه‌ای می‌برد که در آن موجودیت فناپذیر و مادی به ابدیت متصل می‌شود (هورسفیلد، ۱۳۸۲: ۲۲۸). در تعزیه هم تمام عناصر در تلاش هستند تا عواطف و عقاید مذهبی خود را به اشتراک بگذارند تا از رهگذر آن، به پیوند میان موجودیت مادی با ابدیت و یا واسطه‌های پیوند با موجود الهی و فناناپذیر دست یابند. متخصص وسایل ارتباط جمعی در بیان علمی به‌اشتراک‌گذاران ایمان و گردهم‌آیی به بهانه آن، الگوی ارتباط آیینی یا بیانی را مطرح می‌کند: «در مدل آیینی، هدف از ارتباط، انتقال پیام نیست؛ بلکه هدف، عموماً به‌نمایش گذاشتن اعتقادات مشترک است. به مدل آیینی، مدل بیانی نیز گفته می‌شود؛ زیرا هدف فرستنده از ایجاد ارتباط استفاده ابزاری از آن نیست، بلکه هدف نهایی بیان عواطف مشترک است. ارتباط آیینی بیشتر بر رفتارهای نمایشی و مصرفی تأکید می‌کند و فاقد انگیزه‌ها و اهداف انتفاعی است. (مهرداد، ۱۳۸۱: ۵۰)

در تعزیه هدف از ایجاد ارتباط بیان عواطف مشترک است، هر یک از تعزیه‌خوانان و شخصیت‌ها به صورت نمایشی ظاهر می‌شوند و سعی در برانگیختن احساسات با تکیه بر اعتقادات مذهبی مردم می‌نمایند و هیچ هدف انتفاعی نیز در میان نیست.

کاری (۱۹۸۸) همچنین در قرائت جدیدی از

نظریات گیرتر می‌گوید: «دیدگاه آیینی درباره ارتباطات، معطوف به اشاعه پیام در فضای جامعه نیست، بلکه معطوف به بقا و حیات جامعه در طول زمان است. این دیدگاه معطوف به نشر اطلاعات نیست، بلکه ناظر به متجلی‌ساختن و انعکاس اعتقادات مشترک است» (هور و دیگران، ۱۳۸۲: ۴۰). با وجود این، برخی از مناسک فرهنگی که با اعتقادات مذهبی نیز گره خورده است و بومی جامعه ما شده است، با ظهور رسانه‌ها تغییر کرده و در محتوای رسانه‌ها منعکس نشده است. رسانه برای پاسخگویی به برخی از نیازهای مردم مانند شرکت در مناسک مذهبی سعی کرده است با دعوت خطیبان به رادیو و تلویزیون این جای خالی را پر کند که با توجه به نوع متفاوت محتوا با رسانه و عدم سختی آن مورد توجه مخاطب قرار نمی‌گیرد. رسانه همچنین سعی می‌کند با پخش نماهنگ‌های مذهبی و یا عرفانی و ساخت فیلم‌ها و سریال‌های مذهبی چنین خلأیی را پر کند که باز هم نتوانسته است جای نیازهای بومی روزگار پیش از شیوع رسانه‌ها را که همچنان احساس می‌شود، پر نماید. به عنوان نمونه، پخش یک سریال مذهبی با هنرپیشگان متعدد در شب‌های ماه محرم نمی‌تواند جایگزین تعزیه‌ای شود که در گذشته همین مخاطب برای شرکت در آن به تکیه محل می‌رفته است. پس مناسک بومی و فرهنگی با طلوع رسانه‌ها به افول خود نزدیک خواهند شد و به زودی از یادها خواهند رفت. ترکی در مقاله «تأملی در ظرفیت‌های نمایشی» معتقد است: اینکه سینما و تئاتر و هنرهای نمایشی ما کمتر به محتوای متون کهن رغبت نشان داده یا در به‌کارگیری آن کم‌توفیق بوده‌اند، به این دلیل است که رسانه تا بومی نشده، نمی‌تواند در رسانیدن پیام‌های بومی قرین توفیق باشد؛ مگر اینکه نخست مشکل تعارض خود با محتوا را حل کرده باشد. (ترکی، ۱۳۸۲: ۸۸). اینگونه به نظر می‌رسد که با ورود رسانه‌ها، برنامه‌سازان و تهیه‌کنندگان آنچنان گرفتار جذابیت‌های آن شده‌اند که به فرهنگ و متون بومی و مذهب خود بی‌توجه مانده‌اند. غافل از آنکه «عملکرد سنتی مذهب ایجاد نظامی از کنش‌های متقابل اجتماعی معنادار، به‌ویژه در زمینه تعریف تابوها و تقویت رسوم است که بدون آنها سازمان اجتماعی متلاشی می‌شود.» (هورسفیلد، ۱۳۸۲: ۲۲۵)

«تعزیه رسانه‌ای بومی است که با باورها و ارزش‌های جامعه ما عجین شده است، اما مردم،

بلکه خود اهل هنر، هنوز که هنوز است به دیگر رسانه‌ها، ناخودآگاه به چشم غریبه نگاه می‌کنند و حضور آنها را در عرصه ارزش‌ها و قداست‌های ملی و مذهبی باور ندارند. قالب سینما و تئاتر و تلویزیون، جدا از رادیو که موفق‌تر بوده است، هنوز بعد از گذشت چندین دهه، آن قدر خودمانی نشده است که به متن باورهای ما گام بگذارد و به صورتی شایسته مفاهیم اساسی فرهنگ ملی ما را به تصویر بکشد.» (ترکی، ۱۳۸۲)

به اعتقاد من، رسانه جمعی در میان سایر رسانه‌های دیگر بهترین انتخاب برای به‌کاربردن چنین محتوایی است.

تعزیه

در کتاب **تاریخ ادبیات** ادوارد براون آمده است: «معزالدوله احمدین بویه در دهه اول محرم امر کرد تمامی بازارهای بغداد را ببندند و مردم لباس عزا بپوشند و به تعزیه سیدالشهدا بپردازند. چون این رسم در بغداد وجود نداشت، علمای اهل سنت آن را بدعتی بزرگ دانستند و چاره‌ای جز تسلیم نداشتند. بعد از آن، شیعیان در دهه اول محرم، در همه شهرها رسم تعزیه به جای می‌آوردند و این رسم در بغداد تا اوایل سلطنت طغرل سلجوقی برقرار بود.» آنچه مسلم است، تعزیه در دوره‌های بعد، به ویژه در دوران قاجاریه و زمان سلطنت ناصرالدین شاه، مرسوم شد. تعزیه‌ها به طور معمول در تکایا اجرا می‌شدند تا اینکه به دستور ناصرالدین شاه «تکیه دولت» جهت اجرای تعزیه تدارک دیده شد. (سدیفی، ۱۳۸۳)

«احتمالاً از اواخر دوره صفوی، تعزیه‌خوانی همچون نمایش آیینی و مذهبی، در عرصه هنر ایران آشکار شد و همچنان که روح ترازوی متکامل یونانی از زمان جنگ با ایرانیان رشد یافت و بر اساس جنگ‌های یونانیان با ایرانیان بر روی صحنه آمد، روح ترازوی در ادبیات ایران نیز بر بنیاد وقایع کربلا و نبرد اولیا با اشقیاء و شهادت مظلومانه امام حسین (علیه‌السلام) در یک شکل نمایشی مأوا گرفت و نمایش یا درام مذهبی ایران به صورت تعزیه جلوه‌گر شد.» (شهیدی و بلوکباشی، ۱۳۸۰: ۲۵)

«تعزیه ما عموماً محتوای دینی دارند و آنجایی که محتوایی غیرمذهبی داشته‌اند مورد توجه واقع نشده و حذف شده‌اند. مانند بر دار کردن منصور حلاج و مالیات‌گرفتن جناب معین‌البکاء» (همان: ۳۵). البته محتوای همه تعزیه‌ها سوگنامه نبوده

و نمونه‌هایی مانند عروسی رفتن فاطمه زهرا (سلام‌الله‌علیها) و عاق والدین نیز وجود دارد که تعزیه‌خوان هر جا بتواند به صحرای کربلا گریز می‌زند.

نمایشنامه رادیویی

اصول نمایشنامه رادیویی، همان تجسم وقایع به وسیله هنرپیشگان است و تعریفی جز تعریف سایر نمایشنامه‌ها ندارد. نخستین و مهم‌ترین محدودیتی که در نمایشنامه رادیویی وجود دارد این است که در نمایشنامه رادیویی به کمک صدا باید کل مطلب را به شنونده منتقل کرد. صدا شامل صدای انسان، صداهای طبیعت و صدای اسباب و ابزار موسیقی است.

محدودیت دیگری که آن نیز ناشی از شنیداری بودن نمایشنامه رادیویی است، نوع

گذشت، شنونده شخصیت هنرپیشه را تنها از طریق صدای او تشخیص می‌دهد. عواملی که می‌تواند موجب تشخیص هنرپیشه باشند، نظیر: اختلاف سن، اختلاف جنس، لحن و لهجه و شخصیت وجود دارد.

آنچه نمایشنامه رادیویی را از تئاتر متمایز می‌کند، این است که نمایشنامه رادیویی چیزی بین سینما و تئاتر است. در تئاتر، صحنه‌ها به دو یا سه یا حداکثر چهار صحنه (یا پرده) محدود است، ولی در سینما دوربین لحظه به لحظه می‌تواند از هر جا به جای دیگر برود و در زمان و مکان سیر کند. نمایشنامه رادیویی از این حیث، یعنی تعدد صحنه‌ها، محدودیت تئاتر را ندارد؛ مثلاً ممکن است صحنه اول در خانه اتفاق بیفتد و ضمن گفت‌وگو موضوع سفر مطرح شود، صحنه دوم در

در تعزیه هدف از ایجاد ارتباط بیان عواطف مشترک است. هر یک از تعزیه‌خوانان و شخصیت‌ها به صورت نمایشی ظاهر می‌شوند و سعی در برانگیختن احساسات با تکیه بر اعتقادات مذهبی مردم می‌نمایند و هیچ هدف انتفاعی نیز در میان نیست.



عکس - آیینها

فرودگاه و گمرک و صحنه سوم در مقصدی که یک شهر یا کشور دیگر است.

در نمایشنامه رادیویی حوادث در زمان‌ها یا مکان‌های مختلف و با حضور اشخاص مختلف واقع می‌شود که مدت هر صحنه نباید از سه چهار دقیقه تجاوز کند. از امتیازاتی که هنرپیشه رادیو نسبت به هنرپیشه تئاتر و سینما دارد، این است که به هیچ وجه جثه، قیافه، زیبایی یا سایر ویژگی‌های جسمی او مطرح نیست، گرچه باید از دو خصوصیت عمده بهره‌مند باشد: صدا و دانش (سواد). (معین افشار، ۱۳۸۱)

نفر نمایشنامه است. دستور و شعاری که باید نویسندگان رادیویی همواره آن را در نظر داشته باشند، جمله معروف: «نوشتن برای گفتن نه برای خواندن» است. تعداد هنرپیشگان هم محدودیت دیگری است که بر نویسنده تحمیل می‌شود و آن نیز ناشی از شنیداری بودن رادیوست. صدای هر هنرپیشه معرف هويت اوست. در نمایش روی صحنه و سینما تعداد هنرپیشگان محدود نیست و گاه در سینما یک لشکر هم شرکت دارد و در تئاتر تشخیص هنرپیشگان برای بیننده بیشتر از شکل ظاهری - که در آن عواملی از قبیل: لباس، رنگ، گریم و اندازه جثه مؤثر است - انجام می‌شود و صدا در مرحله آخر است، ولی در رادیو چنانکه

قابلیت‌های اجرای تعزیه در رادیو

اگر بخواهیم تعزیه را در یکی از رسانه‌های جمعی اجرا کنیم و برای انجام این کار شکل و محتوای متناسب با همان رسانه را در نظر بگیریم، رسانه رادیو بهترین انتخاب خواهد بود. رسانه تلویزیون به دلیل کوچک بودن صفحه نمایش و جمعی بودن مصرف، برای اجرای تعزیه مناسب نیست. سینما اما با وجود مدرن بودن نوع مصرف می‌تواند گزینه مناسبی باشد؛ چرا که تعزیه و شرکت در آن نوعی مصرف فردی است. افراد تمایل دارند که در تنهایی و خفا گریه کنند و فضای تعزیه آنها را گرچه در جمع هستند به دنیای فراق‌مینی برده، گویا خود آنها شاهد وقایع عاشورا هستند؛ در حالی که با تماشای تلویزیون این اتفاق نمی‌افتد. همان‌طور که دعای کمیل که هر پنج‌شنبه از تلویزیون پخش می‌شود

به نمایش درآید و یا حواس پنجگانه را درگیر نماید، دسترسی یابد. رادیو بر سابقه ذهنی مخاطب استوار است. تعزیه نیز به قول از ورت، از این واقعیت که تماشاچیان از داستان آگاهی دارند بهره می‌برد و بر آگاهی مردم تکیه می‌کند.» (شهیدی و بلوکباشی ۱۳۸۰: ۳۴)

در تعزیه سه رکن کلام، موسیقی و حرکت اهمیت بسیار دارند. رادیو دو رکن اول یعنی کلام و موسیقی را به لحاظ شنیداری بودن داراست. اما عنصر سوم یعنی حرکت را می‌بایست با جلوه‌های صوتی ویژه یا شیوه‌های خاص نمایشنامه‌های رادیویی ایجاد کند که ناممکن نیز نیست. لباس نیز در تعزیه نقش مهمی ایفا می‌کند و به شخصیت‌های داستان هویت می‌دهد و باعث می‌شود بین آنها تمیز قائل شد؛ مانند لباس

بسیاری از مردم از تعزیه بود. مردم، به‌ویژه طبقه‌ای که یا از لحاظ اعتقادات یا سطح دانش و سواد بالاتر از دیگران بودند این امر را منافی با اعتقادات مذهبی می‌دانستند و بیان وقایع کربلا را به این شکل صحیح نمی‌دانستند. شهیدی در این باره می‌گوید: «در آغاز، بسیاری از فقیهان سنت‌گرا با شبیه و تشبیه و تعزیه‌خوانی مخالفت کردند و به لباس معصومان درآمدن و در نقش آنان ظاهر شدن و شبیه درآوردن مذهبی را گناه و اهانت به ساحت مقدس ائمه اطهار می‌دانستند.» (شهیدی، ۱۳۸۰: ۲۴)

هنوز هم بسیاری از مردم با مسئله تجسّدبخشیدن ائمه اطهار مشکل دارند و نمی‌توانند با این مسئله کنار بیایند. رادیو در اینجا نیز می‌تواند موفق عمل کند؛ چرا که تصویر افراد دیده نمی‌شود و فرد تصویری

از امتیازاتی که
هنرپیشه رادیو نسبت
به هنرپیشه تئاتر و
سینما دارد، این است
که به هیچ وجه جثه،
قیافه، زیبایی یا سایر
ویژگی‌های جسمی او
مطرح نیست، گرچه
باید از دو خصوصیت
عمده بهره‌مند باشد:
صدا و دانش (سواد).



اگر در نهایت سوز و گداز هم باشد، نمی‌تواند مخاطب را تحت تأثیر قرار دهد؛ چرا که مخاطب معمولاً توسط مخاطبان دیگر تماشا می‌شود. اما مصرف رادیو مصرف فردی است. کرایسل در کتاب درک رادیو در مورد این ویژگی می‌گوید: «رادیو وسیله‌ای شخصی برای ارتباط است و این امر نه تنها به این دلیل است که پیام‌های آن می‌تواند کاملاً در مغز شنونده واقعیت یابد، بلکه به این دلیل است که رادیو در شرایط تنهایی و خلوت در دسترس شنونده است و می‌تواند وی را در گستره‌ای بی‌سابقه از مکان‌ها و فعالیت‌ها همراهی کند.» (کرایسل، ۱۳۸۱: ۱۷)

عنصر مهم دیگر رادیو برخورداری از قدرت محدودیت‌ناپذیر تخیل است که به شنونده این امکان را می‌دهد تا به هر آنچه در دسترس نیست تا

که خود در ذهن دارد جایگزین شخصیت‌های تعزیه کرده و آنها را نیز می‌پذیرد.

خجسته در مورد تأثیر تخیل در تصویرسازی گوینده می‌گوید: «قدرت نفوذ و اقتناع گویندگان رادیو و تفوق و برتری آنها بر گویندگان تلویزیون برخاسته از همین ویژگی رادیوست. آنها شخصیت خود را سوار بر امواج و کلمات کرده و بر ذهن شنوندگان وارد می‌شوند. هر شنونده با تخیل خود بر حسب نوع صدا و چگونگی اجرا و دیگر عناصر برنامه، تصویری از گوینده یک برنامه به وجود می‌آورد؛ درست برخلاف تلویزیون که همه بینندگان فقط یک تصویر و عموماً یک تصور از گوینده برنامه در چشم و ذهن دارند که اگر شخصیت این تصویر با پیام برنامه همراه و همساز نباشد، از تأثیر پیام خواهد کاست (خجسته، ۱۳۸۱: ۲۴)

امام‌خوان، اولیاخوان، بچه‌خوان، زن‌خوان، اشقیا و مخالف‌خوان. اما با جایگزینی روش‌ها و عناصری که در نمایشنامه رادیو می‌شود، می‌توان این خلأ را نیز پر نمود. البته شاید نشود تأثیر رنگ‌هایی را که در لباس‌های تعزیه‌خوانان به کار می‌رود منتقل کرد، اما می‌توان از توصیف‌های جایگزین استفاده نمود. با این حال تا زمانی که تعزیه‌خوانی به دربار نرسیده است، لباس تعزیه‌خوانان بسیار ساده و معمولی بوده است و پس از آن برجسته‌کردن ظاهر تعزیه‌خوانان موجب تجمل‌گرایی و ظاهر فریبی مخاطب شده است. این میل به تجمل‌گرایی حس همانندی را از میان می‌برده است و حواس مخاطبان را تحت تأثیر قرار داده و از جریان اصلی دور می‌کرده است.

چه بسا همین مسئله لباس و دادن صورت ظاهری به ائمه‌اطهار موجب بی‌میلی و روگردانی

۱۲-۱۱). مثلاً در فیلم **ابراهیم خلیل الله**، حسام‌الدین نواب صفوی - هنرپیشه‌ای که برای نقش اسماعیل (علیه‌السلام) انتخاب شده بود - به دلیل بازی خود در سریال **کیف انگلیسی** در نقش منفی پسر خان، و در فیلم سینمایی **شمعی در باد** در نقش سردسته باند گمراه‌کردن جوانان نتوانست ارتباط خوبی با مخاطب برقرار کند؛ چرا که سابقه ذهنی مخاطب از او به دلیل بازی‌های تأثیرگذار قبلی، منفی بود و حال آنکه در این نقش مثبت ظاهر می‌شد. در حالی که اگر هنرپیشه‌ای که برای این نقش انتخاب می‌شد سابقه مثبتی در ذهن مخاطب داشت و یا اصلاً سابقه ذهنی نداشت، بسیار بیشتر می‌توانست مخاطب را تحت تأثیر قرار دهد و باورپذیرتر باشد.

تجزیه اسباب خاص خود را نیز دارد؛ مانند شمشیر، خنجر، سپر، تیر و کمان، علامت، بیرق و... که برخی از این وسایل آشنا هستند و می‌توان در موردشان توصیف ارائه کرد و یا حتی می‌توان وسیله‌ای دیگر را جایگزین آنها نمود. چه بسا تمام وسایلی هم که در تجزیه استفاده می‌شوند، وسایلی دور از ذهن و ناشناخته نیستند و حتی اگر تجزیه‌خوانان و شخصیت‌های تجزیه از این وسایل استفاده هم نکنند و تنها ادای به‌کاربردن آنها را درآورند، مخاطب می‌تواند، خود، آنها را تجسم کند.

پس تخیل و تکیه به سابقه ذهنی مخاطب از مهم‌ترین عناصری است که حتی می‌تواند از برتری‌های رادیو نسبت به سایر رسانه‌ها باشد. «از آنجا که بیشترین حواسی که رسانه‌های جمعی می‌توانند برقرار کنند، حس دیدن و شنیدن است، لذا چنین نتیجه‌گیری می‌شود که تمامی رسانه‌ها (و نه فقط رادیو) تخیل را برای جبران نقیصه‌های متفاوتشان، برمی‌انگیزند.» (کرایسل، ۱۳۸۱: ۹)

رادیو همچنین می‌تواند از سابقه ذهنی مخاطب با تماشای حداقل یکبار دیدن تجزیه نیز استفاده کند؛ همان کاری که **رادیو جوان** نیز انجام می‌دهد. این ایستگاه رادیویی پیش از اذان صدای قسمتی از فیلم **محمد رسول الله** را پخش می‌کند که در آن پیامبر وارد مسجد می‌شود و اصحاب از بلال می‌خواهند که اذان بگوید. با توجه به اینکه شنونده، این فیلم را با دوبله قوی که تقریباً سالی یکبار از تلویزیون پخش می‌شود دیده است، می‌تواند با پیش‌زمینه اذان ارتباط برقرار کند و تحت تأثیر قرار بگیرد.

تجزیه و لزوم احیای آن در رسانه‌ها

تجزیه در طبقه‌بندی ارتباطی در انواع ارتباطات سنتی قرار می‌گیرد. از کارکردهای ارتباطات سنتی می‌توان به «تقویت عقیده موجود، ساختن عقیده تازه، تغییر عقیده و گرایش به عقیده دیگری که با عقیده قبلی متفاوت یا حتی متضاد است»، اشاره کرد (فرقانی، ۱۳۸۲: ۸۰). کارکردهایی که می‌توان برای تجزیه متصور شد نیز در ذیل کارکردهای ارتباطات سنتی به این صورت است:

- «انگاره‌سازی برای شیوه رفتار عامه و برانگیختن احساس دینی عامه مردم و واداشتن آنها به تقلید و تکرار شیوه رفتار گذشتگان؛

- انگیزش شور قدسیانه از طریق روایت مصائب و آلام امام حسین و شهیدان که هنوز حزن‌انگیز است؛

- ایجاد وهم و خیال؛ به گونه‌ای که تجزیه‌خوانان در قدیم آنقدر توانا بوده‌اند که تماشای را از خود بیخود کرده، آنها را با مسئله تجزیه درگیر می‌کردند؛

- گشودن باب توسل جویی و مرادخواهی که تجزیه را همسنگ مناسک مذهبی و عبادی دیگر قرار داده، باب توسل جویی و نذر کردن را می‌گشاید؛

- تقویت و استعلا‌ی بیش شهادت؛

- تسکین آلام تا جایی که مردم با دیدن این مصائب، درد و رنج خود را از یاد برده، میل به از خودگذشتگی می‌یابند؛

- تحکیم همبستگی و وحدت؛

- حفظ و استمرار موسیقی سنتی. (شهیدی و بلوکاشی، ۱۳۸۰: ۴۵)

اگر بخواهیم جامعه را با رویکرد کارکردگرایی بنگریم، رسانه‌ها هم موظف به پاسخگویی به نیازهای جامعه خواهند بود. کارکردگرایان نظام اجتماعی را کلی می‌دانند که دارای یگانگی و یکپارچگی است. کل مجموعه‌ای است که همه واحدها و عناصر ساختی و بخش‌های مختلف آن با یکدیگر تناسب و سازگاری دارند و یکپارچه هستند (توسلی، ۰۸۳۱: ۰۲۲). رسانه‌ها نیز یکی از عناصر ساختی هستند که با قرار گرفتن در کنار سایر عناصر اجتماعی دیگر به مرتفع کردن نیازهای جامعه می‌پردازند؛ رفع نیازهایی که مرتون آنها را همچون تداوم، نظم، یکپارچگی، انگیزه، هدایت و سازگاری می‌داند (مهرداد، ۱۳۸۰: ۷۴). با توجه به کارکردهایی که برای ارتباطات سنتی و تجزیه برشمردیم، ذکر این نکته ضروری است که رسانه‌های مدرن با ورود

خود می‌توانند نیازهای مردم را نسبت به باورهای فرهنگی و مذهبی خود تغییر دهند، اما نمی‌توانند آن را به کلی از بین ببرند. هورسفیلد در نتیجه‌گیری بحث خود حول محور دین و رسانه می‌گوید: «من پیشنهاد می‌کنم که رسانه‌های جمعی نقش خود را با عبارات‌های مذهبی ببینند و یا جایگزین مفاهیم الهی شوند، بلکه می‌گویم به همان صورتی که افراد به شیوه‌ای همزمان و هماهنگ خود را کنار هم قرار می‌دهند تا شیوه زندگی و پاسخ نیازهای فردی خود را بیابند، رسانه‌های جمعی نیز امروز با کاربری‌های مشخص و محتوای ویژه، جزئی مهم از نظام‌های عقیدتی شوند. آنان به نیازهایی پاسخ می‌دهند و کارکردهایی دارند که افراد روزگاری در مذاهب الهی می‌یافتند و در این فرایند برخی بیان‌های سنتی ایمان مذهبی را تغییر می‌دهند.» (هورسفیلد، ۱۳۸۲: ۲۳۴ و ۲۳۵)

«تجزیه از آن رو که با تاریخ مذهبی مردم گره خورده است، همچنان جذابیت خود را حفظ خواهد کرد و در صورتی که در شکل‌های نوین ارتباطی و رسانه‌ای ارائه شود، گرد تاریخ بر آن نخواهد نشست؛ چرا که همسو با ماهیت ارتباطی معاصر ارائه شده و پتانسیل نمایش در رسانه‌های مدرن مانند تلویزیون و رادیو را خواهد داشت. همچنین وقایع تجزیه بر آن بخش از فرهنگ عامه استوار است که در جوهرش ستیزندگی و ایستادگی و بردباری نهفته است.» (شهیدی و بلوکاشی، ۱۳۸۰: ۲۹)

همچنین «سرور کار داشتن با برنامه‌ها، از لحاظ آیینی بینندگان را قادر می‌سازد تا بر قدرت تحول‌آفرین آیین افزوده و در بازسازی جهان روزمره و هویت و منزلتی که تحت تأثیر برنامه‌های دینی به دست آورده‌اند، مشارکت ورزند. این تحول در صورتی ممکن می‌شود که برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی بینندگان را در تحول و انتقال جهان روزمره به شرایط و فضایی بدیل و جایگزین یاری دهند. این همان زمینه‌ای است که در جهان دین‌گریز مطابق با دیدگاه‌های موعودگرایانه بینندگان بازسازی یا در بستر آن دیدگاه‌ها و سبک زندگی جاری و متداول را تجربه می‌کنند.» (هور و دیگران، ۱۳۸۲: ۲۴۸)

نتیجه‌گیری

شهیدی (۱۳۸۰) بر این باور است که تجزیه به دلیل تحولات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دهه‌های اخیر ایران به احتمال زیاد دیگر نخواهد توانست از وضع و پایگاهی که تاکنون در جامعه داشته است

پیش‌تر رود. امروز مردم به انتظار دیدن نمایش هستند که تاریخ مذهبی و اعتقادات دینی آنها را به شکلی بدیع و هنری و به زبان و روایتی تازه و خوراند این روزگار برای آنها بیان کند و باز نماید. من این را قبول ندارم. تعزیه به خاطر داشتن صورت مذهبی خود و گره خوردن با اعتقادات افراد به دو علت تکراری شدن و بیرون رفتن از خرد جمعی از بین نمی‌رود.

همان‌گونه که می‌بینیم مراسم مذهبی هر سال رونق بیشتری می‌یابد؛ مثلاً شب قدر یا نذر کردن و جالب اینکه می‌بینیم طبقه نخبه و روشنفکر نیز نذر می‌کنند. گاه با این تفاوت که به جای شله‌زرد پختن یا شربت دادن، کتاب نذر می‌کنند یا نذر می‌کنند در ساختن مدرسه برای منطقه‌ای محروم سهیم باشند. چه بسیار اندیشمندان ایرانی که منسب‌های مهمی در خارج از کشور دارند و همانجا زندگی می‌کنند، اما هر سال به ایران بازمی‌گردند تا به زیارت حرم امام رضا (علیه‌السلام) بروند یا در مراسم عزاداری امام حسین شرکت کنند. اگر غیر از این باشد، مخاطب این مراسم و عزاداری‌ها می‌بایست تنها طبقه عامه مردم بوده باشند. پس چه اتفاقی برای تعزیه که مخاطب عامه‌پسند دارد افتاده است که در دهه اخیر کم‌رنگ‌تر شده و مانند سابق توجه زیادی به آن نمی‌شود. دلیل این مسئله را در یک نکته ساده می‌توان دید. تعزیه در گذشته از طریق ارتباطات چهره به چهره اجرا می‌شد. نمایشی که امروز به دلیل مدرن شدن زندگی و ورود رسانه‌های جمعی و ارتباطات با واسطه، دیگر جایی ندارد. اما کوتاهی که متوجه تعزیه شد این بود که ما نخواستیم تعزیه را از طریق رسانه‌های جمعی مانند رادیو و تلویزیون به مردم نشان دهیم. ما از طریق این رسانه‌ها و حتی اینترنت مراسم شب قدر یا دعای روز عرفه را برگزار می‌کنیم و کیفیت برگزاری چنین مراسمی از طریق رسانه‌ها آنقدر خوب است که برخی مخاطبان اصلاً ترجیح می‌دهند در خانه بمانند و مناسک مذهبی را حتی بهتر از زمانی که به مسجد یا تکیه می‌روند انجام دهند. اما برای تعزیه کاری نشده است. پس ناگزیر تعزیه از فرهنگ مردم بیرون می‌رود، چرا که از طریق رسانه‌ها بازنمایی نمی‌شود.

تعزیه به دلیل خصلت موسمی بودن و اجرا در ماه‌های محرم و صفر نیاز به تولید محتوای جدید ندارد؛ همان‌گونه که مناسک مذهبی دیگر نیاز به بازتولید ندارند و تکرار آنها فرد را دلزده نمی‌کند. تعزیه را با نمایش و اجرا در رسانه‌های جمعی می‌توان وارد مناسک مذهبی کرد؛ همان‌گونه که

نماز ظهر عاشورا از طریق رسانه‌ها اعلام و تبلیغ شده و دیگر وارد مناسک مذهبی افراد شده است. نباید اینگونه انگاشت که ذوق و سلیقه جامعه امروز دیگر این شیوه را نمی‌پسندد. همانطور که می‌بینیم مراسم عیدنوروز هر سال به شیوه گذشته و باستانی خود برگزار می‌شود و یا مراسم شب یلدا که در سال‌های اخیر تلاش زیادی بر اجرا به روش سنتی شد و مردم نیز استقبال کردند و میل به بازگشت به سنت در آنها هست.

ما خواسته یا ناخواسته با ورود رسانه‌های جمعی تعزیه را از حافظه مردم پاک کردیم، اما چه چیز را جایگزین آن نمودیم؟ در ایام عزاداری موسیقی را حذف می‌کنیم؛ حتی برنامه کودک و نوجوان را حذف می‌کنیم یا به حداقل می‌رسانیم؛ سرگرمی را حذف می‌کنیم و جای آن سخنرانی‌های یکنواخت مذهبی، فیلم‌ها و سریال‌های کم‌بینه مذهبی، موسیقی تلفیقی با محتوای مداحی، حذف رنگ و... می‌گذاریم. آنگاه چه اتفاقی می‌افتد؟ شیوع مداحی‌های پاپ، مسکوت ماندن فلسفه عاشورا در شیوه‌های عزاداری و سینه‌زنی، ورود داستان‌های غیرواقعی به محتوای مداحی، جذب شدن جوانان به دسته‌های سینه‌زنی و خلاصه شدن ظهر عاشورا به سینه‌زنی و گریه کردن و خوردن ناهار و شربت همه و همه گویای بی‌توجهی مسئولان، بالاخص فعالان رسانه‌های جمعی به مناسک مذهبی و آداب و رسوم بومی و فرهنگی است که موجب به‌وجود آمدن گم‌گشتگی فرهنگی جوانان و معلق ماندن آنها در انتخاب میان متون متفاوت و متعددی است که قارچ‌گونه رشد می‌کنند و آنها را در این تعلیق نگه می‌دارند. در واقع در اینجا نمی‌توان از تهاجم فرهنگی که غیر بر ما تحکم می‌کند سخن راند؛ چرا که ما داعیه‌داران فرهنگ و مدرنیته با بی‌توجهی خود نسبت به مسائل و نیازهای جامعه چنین زمینه‌ای را فراهم کرده‌ایم. میرزایی به نقل از آل‌احمد (۱۳۴۶) در مورد غربزدگی می‌گوید: «فقط از این راه و با لقی کردن زمینه فرهنگی و مذهبی مردم معاصر می‌شد زمینه را برای هجوم غربزدگی آماده ساخت که اکنون تازه از سر خشتش برخاسته‌ایم. کشف حجاب، کلاه‌فرنگی، منع تظاهرات مذهبی، خراب کردن تکیه دولت، کشتن تعزیه، سختگیری به روحانیت... اینها همه وسایل اعمال چنان سیاستی بود.» ما در اینجا قصد مطرح کردن مسائل غربزدگی و تهاجم فرهنگی نداریم؛ اما باید متوجه بود خانه‌ای که به دست دیگری خراب شود شاید امکان آبادشدنش

برود که میل ساختن آن هست؛ اما خانه‌ای که به دست خودی خراب شود، هویت و اعتبار صاحب‌خانه را با خود برده است و خسارت آن جبران‌ناپذیر است. گناه پدرانی خواهد شد که پسران اگر بفهمند نخواهند بخشید.

اتخاذ سیاست‌هایی نظیر وارد کردن متون فرهنگی و مذهبی به محتوای رسانه‌ها مانند وارد کردن تعزیه به رادیو و نگارش متونی متناسب آن با عنوان «تعزیه رادیویی» می‌تواند از جمله سیاست‌هایی باشد که نسل جدید را با ریشه‌های فرهنگی و بومی خود پیوند می‌دهد.

منابع و مآخذ

- ترکی، محمدرضا (۱۳۸۲). «تأملی در ظرفیت‌های نمایشی»، از **واژه‌ها صدا**: تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۸۰). **نظریه‌های جامعه‌شناسی**، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- خجسته، حسن (۱۳۸۱). **درآمدی بر جامعه‌شناسی رادیو**، تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- خجسته، حسن (۱۳۸۲). «مناسک رسانه‌های الگوی تبلیغاتی دین در شبکه‌های عمومی رادیو و تلویزیون»، **پژوهش و سنجش**، سال ۱۰، شماره ۳۷.
- سدیقی، محمدمهدی (۱۳۸۳). **آشنایی با موسیقی شرق و غرب**، تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- شهیدی، عنایت‌الله و بلوکاشی، علی (۱۳۸۰). **پژوهشی در تعزیه و تعزیه‌خوانی: از آغاز تا پایان دوره قاجار در تهران**، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، با همکاری کمیسیون ملی یونسکو در ایران.
- فرقانی، محمدمهدی (۱۳۸۲). **درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران**، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- کرایسل، اندرو (۱۳۸۱). **درک رادیو**. ترجمه معصومه عصام، تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲). **جامعه‌شناسی**، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نی.
- معین‌افشار، منوچهر (۱۳۸۱). **اصول نمایشنامه رادیویی**، تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- مهرداد، هرمز (۱۳۸۱). **نظریات و مفاهیم ارتباطات جمعی**، تهران: فاران.
- میرزایی، حسین (۱۳۸۰). **جلال اهل قلم: زندگی، آثار و اندیشه جلال آل احمد**، تهران: سروش.
- هورسفیلد، پیتر (۱۳۸۲). «کارکردهای مذهبی تلویزیون: گسترده‌تر از عرصه زندگی»، **پژوهش و سنجش**، سال ۱۰، شماره ۳۶.
- هور، استوارت ام و دیگران (۱۳۸۲). **بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ**، ترجمه مسعود آریایی‌نیا، تهران: سروش.